**Р Е Ш Е Н И Е**

18 июля 2013 г. г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 16 июля 2013 года.

Решение в полном объеме изготовлено 18 июля 2013 года.

 Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - начальник отдела Р.Б Маргиев,

 - государственный инспектор В. Г. Зиновьева,

рассмотрев дело № 52, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения ч.7 ст.5, ч.1, п.2 ч.2, ч.3 ст.28 ФЗ «О рекламе», в присутствии представителей: лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — ОАО «ОТП Банк» — представителя по доверенности <…>,

**У С Т А Н О В И Л А:**

Специалистами отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе было установлено, что в городе Липецк на заднем стекле автобуса маршрута №308К, 19 июня 2013года, распространялась реклама следующего содержания: «Гоша, я тоже хочу свадьбу на Бали! Кредит наличными от 11,9% <…> ОТП банк Доверяя друг другу...». Данная реклама была сфотографирована фотоаппаратом марки «Canon PowerShot SX130 IS».

Помимо указанной информации в рекламе, в правой ее части, изображена информация не подвергающаяся прочтению невооруженным глазом, не воспринимаемая без применения специальных технических средств, следующего содержащая: « *Условия по кредиту «Отличный кредит наличными Промо». Кредит с поручительством физического лица для заемщиков, погасивших полностью кредит банка или совершивших в срок и без просроченной задолженности не менее 4-х платежей (кроме заемщиков, совершающих погашение задолженности по POS-кредиту) по любому розничному кредиту банка. Сумма 50000-150000 рублей РФ, срок от 1до 6 мес. Процентная ставка на срок 1-3 мес. 11,9% годовых, на срок 4-6 мес. 14,9 годовых. Условия действительны на 22.04.2013. ОАО «ОТП Банк*». *Реклама*».

Прочтение информации, выполненной буквами маленького размера, на заднем стекле автобуса не возможно, о чем свидетельствуют фотографии.

 Было установлено, что автобусы маршрута №308К с рекламой ОАО «ОТП Банк» принадлежат индивидуальному предпринимателю Филиной Елене Николаевне. В адрес ИП Филиной Е.Н. 25 июня 2013г. был сделан запрос информации. В ответ, предприниматель предоставила сведения о том, что рекламодателем рекламы, указанной выше, является ОАО «ОТП Банк», рекламораспространителем является ИП Филина Е.Н.

Ввиду того, что сведения, обязательные в силу закона, напечатаны таким образом что не воспринимаются потребителем, не поддаются прочтению без специальных средств, а также то обстоятельство, что автобус находиться постоянно в движении, во время остановок можно ознакомится лишь с частью информации, которая напечатана крупным шрифтом, лишает потребителя рекламы возможности ознакомится с её подробным описанием.

 То обстоятельство, что законодательство не содержит понятия шрифта маленького размера, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым.

 Также необходимо отметить, что технические условия размещения рекламы, место размещения — на заднем стекле автобуса, ограниченное время считывания информации, а также то обстоятельство, что информация, обязательная в силу закона, изображена таким образом, что не воспринимается потребителем, лишают возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст.

 Формальное присутствие в рекламе сведений о наименовании лица, оказывающего финансовые услуги, и условия предоставления кредита, напечатанных таким образом, что не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, не может рассматриваться как их наличие.

В виду того, что привлекательная для потребителя информация является читаемой и доступной «Гоша, я тоже хочу свадьбу на Бали! Кредит наличными от 11,9% <…> ОТП банк Доверяя друг другу…», а информация, которая обязательна в силу закона, выполнена так, что исключает факт её восприятия, антимонопольный орган приходит к выводу, что в размещаемой рекламе на заднем стекле автобуса - сведения о наименовании лица, оказывающего финансовые услуги и условия предоставления кредита – отсутствуют, следовательно искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Делая вывод о невозможности прочтения информации, антимонопольный орган руководствуется совокупностью следующих обстоятельств размещения рекламы: информация обязательная в силу закона выполнена, таким образом, что не воспринимается потребителем, место размещения – заднее стекло автобуса, ограниченное время считывания информации.

Статья 1 ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона устанавливает в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

 Согласно п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе» реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

п.3 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

 Согласно пункту 4 статьи 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с Письмом Федеральной антимонопольной службы России, являющейся уполномоченным органом на дачу разъяснений по вопросам применения рекламного законодательства, от 29.11.2010 № АК/41963 «О применении Федерального закона «О рекламе» в случае выявления фактов доведения в рекламе до сведения потребителей существенной информации мелким нечитаемым шрифтом», при оценке рекламы следует учитывать то, что, исходя из понятия рекламы, она предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств. При этом то обстоятельство, что нормами ФЗ «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. С учетом изложенного, в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

А так же согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ №58 от 08 октября 2012г., рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому, если соответствующая информация, изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт, цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то такая информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Реклама ОАО «ОТП Банк» банковской услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, при этом существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях получения кредита может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой.

Правовое регулирование обязательств по кредиту осуществляется нормами главы 42 Гражданского кодекса Российской Федерации, где установлено несколько видов кредитования: банковский, товарный и коммерческий.

Согласно пункту 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации следует, что под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором.

В соответствии со ст.30 ФЗ «О банках и банковской деятельности» отношения между Банком России, кредитными организациями и их клиентами осуществляются на основе договоров, если иное не предусмотрено федеральным законом. В договоре должны быть указаны процентные ставки по кредитам, стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, в том числе сроки обработки платежных документов, имущественная ответственность сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора.

Между тем, в нарушение части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама не содержит сведений о лице, оказывающего предоставление кредита.

Согласно ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

 Потребителю важно знать какое лицо делает заманчивое предложение о финансовой услуге. Поэтому в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг в обязательном порядке следует указывать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги. Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей. Наименование юридического лица включает в себя кроме непосредственного названия обязательное указание на его организационно-правовую форму (ООО, АО и иные).

 Согласно ст.7 ФЗ от 02.12.1990г. №395-I «О банках и банковской деятельности»: «Кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов «банк» или «небанковская кредитная организация».

Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.

Согласно статье 54 Гражданского Кодекса РФ наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно правовую форму.

Наименование - индивидуализирующий признак организации. Без его наличия не может быть образовано и вести деятельность юридическое лицо. Требования настоящего закона предусматривают обязательность указания наименования юридического лица при размещении рекламы банковских, страховых и иных финансовых услуг.

 В связи с этим, руководствуясь ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», в рекламе необходимо указание наименования лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилия, имя, отчество), которое в рекламе ОАО «ОТП Банк» отсутствует.

 В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна: умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

 ч.3 ст.28 Федерального закона «О рекламе» говорит: если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Исходя из норм Закона о банках и банковской деятельности, условие о размере процентной ставки по кредиту является существенным для кредитного договора, которая указана в рекламе, и в связи с чем должны быть указаны иные существенные условия.

Исходя из ГК РФ, существенными условиями кредитного договора являются: сумма кредита, срок и порядок его предоставления заемщику, срок и порядок возврата полученного кредита, размер и порядок уплаты кредитору процентов, которые в рекламе не указаны.

Согласно ч.6 ст.38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных в частности статьей 28 и ч. 7 ст.5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель, которым, в силу п.5 ст.3 ФЗ «О рекламе», является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ОАО «ОТП Банк».

В соответствии с указанными выше фактами, реклама ОАО «ОТП Банк» как лица, определившего объект рекламирования и (или) содержание рекламы: «Гоша, я тоже хочу свадьбу на Бали! Кредит наличными от 11,9% <…> ОТП банк Доверяя друг другу....», распространяемая на заднем стекле автобуса маршрута №308 К, 19 июня 2013года, не содержит обязательного наименования лица, оказывающего банковские услуги, умалчивает об иных условиях предоставления кредита и не содержит все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, следовательно искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с указанными выше фактами реклама ОАО «ОТП Банк», распространяемая ИП Филиной Е.Н., содержит признаки нарушения ч.7 ст.5, ч.1, п.2 ч.2, ч.3 ст.28 ФЗ «О рекламе».

 На рассмотрении дела № 52 по признакам нарушения законодательства о рекламе 16 июля 2013 года представитель по доверенности ОАО «ОТП Банк»

<…> пояснил, что между ОАО «ОТП Банк» и ИП Филиной Е.Н. был заключен устный договор на размещение рекламы на задних стеклах автобусов маршрута 308К, макет указанной рекламы изготовлен Банком в соответствии с действующим законодательством РФ, не содержит признаков нарушений Федерального закона «О рекламе». Кроме того, по мнению <…> место размещения, рекламы указанной выше, воспринимается потребителем при остановке автобуса и при движении за автобусом находясь в автомобиле.

 Данный довод не может быть принят комиссией Липецкого УФАС, т.к. информация привлекательная для потребителя «Гоша, я тоже хочу свадьбу на Бали! Кредит наличными от 11,9% <…> ОТП банк Доверяя друг другу…» хорошо видна, а для того что бы ознакомиться с информацией, содержащей существенные условия кредитного договора и остальными обязательными в силу закона сведениями – потребителю необходимо во время остановки маршрутного автобуса выйти на проезжую часть и приблизиться к автобусу, тем самым нарушить правила дорожного движения и подвергнуть себя потенциальной опасности, и создать помехи участникам автодорожного движения.

 Следовательно, если с одного и того же расстояния для потребителя рекламы доступен объект рекламирования, значит должна быть доступна и остальная информация, обязательная в силу закона.

 На рассмотрении дела №52 ИП Филина Е.Н. согласилась с тем, что распространяема реклама является ненадлежащей, а так же пояснила, что до настоящего момента распространение рекламы продолжается на нескольких автобусах, количество уточнить не смогла. Однако, из документов, представленных ИП Филиной Е.Н. (вх. № 3214 от 15.07.2013г.) следует, что размещение рекламы производилось как разовая акция, на короткий период – июнь 2013г., так же ИП Филина предоставила сведения от 10 июля 2013г. о том - что данная реклама удалена в связи с тем, что содержит признаки нарушения законодательства « О рекламе», ИП Филина Е.Н. не смогла предоставить доказательства о не распространении ненадлежащей рекламы - чем ввела членов Комиссии в заблуждение.

В результате совещания комиссия приняла решение:

1.Признать ненадлежащей рекламу ОАО «ОТП Банк», распространяемую ИП Филиной Е.Н., следующего содержания: «Гоша, я тоже хочу свадьбу на Бали! Кредит наличными от 11,9% <…> ОТП банк Доверяя друг другу...», поскольку она содержит нарушение требований ч.7 ст.5, ч.1, п.2 ч.2, ч.3 ст.28 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ОАО «ОТП Банк» и ИП Филиной Е.Н. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражном суде в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.А. Сешенов

Члены комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Р.Б. Маргиев

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Г. Зиновьева